

0-796280

*На правах рукописи*



**Печетова Наталья Юрьевна**

**СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ  
РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СОБЫТИЯ В РЕГИОНАЛЬНЫХ  
ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ  
(на материале газет Республики Саха)**

Специальность 10.02.01 – русский язык

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Барнаул – 2012

Диссертация выполнена на кафедре современного русского языка и речевой коммуникации ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет».

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор  
**Чернышова Татьяна Владимировна**

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор  
**Ким Лидия Густовна**  
(ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»)

кандидат филологических наук, доцент  
**Сухотерина Татьяна Павловна**  
(ФГБОУ ВПО «Алтайская государственная педагогическая академия»)

Ведущая организация: **ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»**


Защита состоится «28» марта 2012 г., в 12-00 ч., на заседании диссертационного совета ДМ 212.005.01 при ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет»: 656049, г. Барнаул, ул. Димитрова, 66.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет».

Автореферат разослан «28» февраля 2012 г.



Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
кандидат филологических наук,  
доцент

 Н.В. Панченко

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность исследования** обусловлена интересом современной лингвистики к особенностям функционирования языка в сфере массовой коммуникации. Тексты печатных средств массовой информации, являясь традиционной формой распространения информации в социуме, представляют несомненный интерес для лингвистики в силу особой роли, которую они играют в современном обществе, не только оставаясь важным средством формирования общественного мнения, но и представляя собой совокупный образ общественного и языкового сознания носителей языка, воплощенный в текстах разноориентированных газетных изданий.

Интенсивное изучение текстов массовой информации ведется несколько десятилетий, различные стороны этого сложного лингвистического объекта освещены в работах отечественных и зарубежных лингвистов, представляющих разные направления современной лингвистики. Проблемы, связанные с функционированием текстов в разных сферах общения, в частности в институциональной (В.И. Карасик), ставятся в исследованиях, посвященных изучению стилиеобразующих и дискурсивных признаков газетной речи (Л.Р. Дускаева, Н.И. Клушина, М.Н. Кожина, В.Г. Костомаров, О.А. Крылова, Г.Я. Солганик, Э.В.Чепкина, Т.В. Чернышова, Т. ван Дейк, D. Blakemore, M. Montgomery, M. Stubbs и др.), определению характера взаимодействия автора и адресата через публицистический текст (Л.О. Бутакова, В.З. Демьянков, М.А. Кормилицына, Г.Я. Солганик, Т.В. Чернышова и др.); характеристике стилового статуса языка массовой коммуникации, а также функционально-типологической дифференциации языка газет, радио, телевидения (Н.С. Болотнова, Н.В. Данилевская, Л.Т. Касперова, Н.И. Клушина, В.И. Коньков, Н.А. Купина, О.В. Неупокоева, Г.Я. Солганик, В.В. Славкин и др.). Объектом изучения современной медиалингвистики становятся жанровое своеобразие газетно-публицистического текста (Л.Р. Дускаева, Л.Г. Кайда, И.П. Ромашова, В.А. Салимовский, А.А. Тертычный и др.); воздействующий потенциал средств массовой коммуникации и фактор адресата (М.Н. Володина, М.Р. Желтухина, Т.Л. Каминская, М.А. Кормилицына, А.К. Михальская, К.Ф. Седов и др.); использование в медиатекстах ненормативной лексики и фразеологии и ее влияние на развитие русского языка (Ю.А. Бельчиков, Е.С. Кара-Мурза, Ю.Н. Караулов, В.И. Коньков, Г.А. Копнина, В.Г. Костомаров, Л.П. Крысин, В.В. Славкин, В.В. Химик, Т.В. Чернышова и др.); интерпретационные свойства медиатекстов, их роль в построении информационной картины мира, культурноспецифичные и

идеологические факторы, влияющие на производство и восприятие текстов массовой информации, способы создания образов и стереотипов (О.В. Александрова, М.Н. Володина, В.З. Демьянков, Т.Г. Добросклонская, А.Ю. Домбровская, И.В. Рогозина и др.) и т.п.

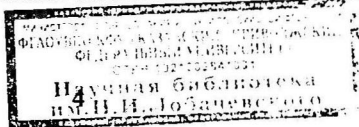
Данное исследование выполнено на пересечении функционально-стилистического и дискурсивного подходов, позволяющих, с одной стороны, рассмотреть медиатексты с позиций реализации в них таких актуальных для газетно-публицистического стиля стилеобразующих признаков, как *сфера функционирования и выполняемая функция* (В.В. Виноградов, М.Н. Кожина и др.), с другой – выявить своеобразие функционирования газетных текстов как последовательно погруженных в несколько типов *контекстов* – *ментально-языковой, информационный, социально-политический* и др.

Большой интерес для исследователей в перечисленных аспектах представляет язык региональных средств массовой информации: Алтайского края (Е.В. Лукашевич, Т.В. Чернышова и др.), Новгородской области (Т.Л. Каминская), Омской области (Е.А. Никитина, И.П. Ромашова), Осетии (Т.С. Валиева), Пермского края (Л.Л. Черепанова), Томской области (П.Н. Босый, Н.Г. Нестерова), Якутии (Н.Ю. Печетова, А.П. Шумилова, А.И. Суханова) и др., которые, с одной стороны, являются неотъемлемой частью общероссийского информационного пространства и актуализируют в себе наиболее типичные стилеобразующие признаки газетно-публицистического стиля, а с другой, – отличаются своеобразием, обусловленным региональным компонентом, реализуемым прежде всего через особый язык медиатекстов, совокупность выразительных средств и приемов, создающих их стилевое своеобразие, а также традиционные способы установления контакта со своей аудиторией.

Таким образом, интерес разных направлений современной лингвистики к характеру функционирования газетных текстов в многонациональном информационном пространстве России как важного средства информирования и воздействия определил актуальность данного исследования.

**Объектом** исследования являются газетно-публицистические тексты региональной прессы, рассмотренные в аспекте их стилеобразующих факторов. **Предмет** – стилеобразующие факторы, определяющие характер репрезентации события в текстах региональной публицистики.

**Целью** исследования является изучение средств и способов репрезентации события в региональных газетных текстах, ориентированных





на фактор адресата, на основе выявления типичных стилеобразующих признаков, составляющих основу современного газетного текста.

Данная цель предполагает постановку и решение следующих **задач**:

1) дать характеристику стилеобразующих факторов «оценочности», «экспрессивности», «этничности», реализуемых в региональных газетных текстах;

2) охарактеризовать стилеобразующий фактор «событийность» и описать понятия «концептуальная структура текста», «событийный концепт» и «событийная модель» с учетом региональной специфики изучаемых газетных текстов;

3) разработать модель описания языка региональных газетных текстов;

4) выявить способы и средства репрезентации события в региональных газетных текстах на основе стилеобразующего фактора «событийность» с учетом фактора адресата;

5) выявить на основе проведения лингвистического эксперимента вектор интерпретации газетного текста читательской аудиторией.

**Новизна** диссертационного исследования заключается в следующем: 1) в работе последовательно осуществлен комплексный – функционально-стилистический и дискурсивный подход, позволяющий охарактеризовать стилеобразующие признаки региональных газетных текстов; 2) разработана модель описания языка региональных газетных текстов на основе стилеобразующих факторов; 3) уточнены понятия «концептуальная структура текста», «событийный концепт», «событийная модель» с учетом региональной специфики изучаемых текстов; введено понятие «национальный контекст», рассмотренное с позиций его роли в процессе интерпретации текста языковым сознанием адресата; предложено деление газетных текстов с учетом национального контекста на «свои» «другие», «чужие»; 4) описаны средства выражения стилеобразующих признаков и определены способы их организации для репрезентации события в газетно-публицистических текстах; экспериментальным путем выявлен их перлокутивный эффект; 5) в научный оборот введен новый региональный материал.

**Материалом исследования** послужили:

1) газетные тексты (2005 - 2010 гг.): а) периодические издания – региональные и федеральные – 820; б) издания Республики Саха (Якутия) – 740; в) обладающие национальным якутским колоритом (посвященные якутскому национальному празднику *Ысыах*), – 1248. Выбор материала исследования обусловлен общей задачей публикаций – описать значимое для адресата (жителей Якутии) событие. Фактический

материал собран методом сплошной выборки по указанным темам и составляет в общем 2808 единиц;

2) данные анкетирования, в котором приняли участие 120 жителей г. Якутска разного социального положения и возраста;

3) данные двух лингвистических экспериментов, в которых участвовало около 200 человек.

**Единицей анализа** является текст, обладающий единством смысловой и концептуальной структуры.

**Методы исследования.** Анализ материала осуществлён на основе комплексного подхода, в рамках которого для изучения концептуальной структуры газетного текста используются методы смыслового (интерпретационного) анализа, лингвостилистического анализа, концептуального анализа, метод лингвистического эксперимента, а также прием сопоставительного анализа, позволяющие описать средства и способы репрезентации события в региональных газетных текстах с учетом стилеобразующих факторов газетно-публицистического стиля. Описание стилеобразующих признаков газетных текстов осуществлено на основе лингвостилистического анализа текста.

**Теоретико-методологическую базу** исследования составили работы по проблемам:

функциональной стилистики (А.Н. Кожин, М.Н. Кожина, Н.И. Клушина, О.А. Крылова, В.Г. Костомаров, В.В. Одинцов, Г.Я. Солганик и др.);

дискурсивного подхода (Н.Д. Арутюнова, Т.А. ван Дейк, В.З. Демьянков, Л.Р. Дускаева, М.Л. Макаров, А.А. Негрышев, В.И. Карасик, П. Серио, Л.В. Цурикова, Т.В. Чернышова и др.);

когнитивной лингвистики (Л.О. Бутакова, М.Н. Володина, В.З. Демьянков, Е.С. Кубрякова, И.В. Рогозина Л.В. Цурикова и др.);

междисциплинарного подхода (О.А. Александрова, М.Н. Володина, Г.Я. Солганик и др.)

социолингвистики (В.И. Карасик, И.П. Лысакова и др.);

межкультурной коммуникации (Л.И. Гришаева, Л.В. Цурикова, В.И. Карасик и др.)

**Теоретическая значимость** исследования заключается в том, что в нем развивается идея изучения медиатекстов в комплексном – функционально-стилистическом и дискурсивном аспектах. Предложенная модель уточняет основные параметры описания газетно-публицистического текста в рамках его стилевой принадлежности. Предпринятое изучение концептуальной структуры газетного текста вводит в описание дискурсивных признаков медиатекста наряду с со-

циально-политическим и ментально-языковым контекстами и такой фактор, как национально-культурный контекст.

**Практическая значимость.** Полученный в результате исследования речевой материал может быть использован в преподавании курсов стилистики русского языка, литературного редактирования, спецкурсов по функциональной стилистике, языку СМИ.

Результаты исследования могут быть использованы в качестве рекомендаций для практикующих журналистов и редакторов периодических изданий.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1) Тексты региональных газетных средств массовой информации Республики Саха (Якутия), являясь составной частью единого информационного пространства России, обладают всеми необходимыми стилеобразующими признаками, позволяющими охарактеризовать их как тексты газетно-публицистические.

2) Для средств массовой информации Республики Саха (Якутия) характерны приоритетность печатного способа информирования массовой аудитории; традиционность в реализации стилеобразующих признаков газетного стиля (единство экспрессии и стандарта, преобладание воздействующей функции над информативной, тематическая разнородность, обусловленная ориентацией на разные слои читателей, повышенная экспрессивность, ориентированная на воздействие и формирование общественного сознания жителей региона), а также национальный колорит, призванный отразить своеобразие ментально-языковой ситуации Республики Саха как глобального контекста, в котором органично сосуществуют два языка, нашедшие реализацию в текстах газетных изданий.

3) Своеобразие изучаемых газетных текстов обусловлено переплетением следующих составляющих: а) *этничностью*, реализуемой через использование языковых единиц, соотносимых с приоритетными концептами национальной якутской культуры; б) *социальной оценочностью*, представленной эксплицитной и имплицитной формами оценки при реализации функции воздействия на массовое сознание; в) *экспрессивностью*, представленной использованием стилистически сниженной русской лексики и фразеологии, а также лексики, выходящей за пределы литературного языка; г) *преобладанием русской лексики и фразеологии* в текстах, отражающих национально значимые события.

4) Событийность как важный стилеобразующий фактор функционирования языка СМИ в текстах газетных изданий в целом и в региональных газетно-публицистических текстах в частности реализуется через *событийный концепт и систему ключевых слов*, задающих век-

*тор интерпретации* газетного текста и его *концептуальную организацию*, способствующих переводу факта-события в факт вербальный (в газетный текст). Отбор ключевых слов и ассоциированных с ними понятий (ассоциатов) с целью репрезентации события в газетно-публицистических текстах одной тематики осуществляется с учетом «своего» адресата и имеет национально-региональную специфику.

5) Одним из ведущих факторов, обуславливающих функционирование региональных газетных текстов, является *национально-культурный контекст*, который, взаимодействуя с социально-политическим контекстом, задает вектор интерпретации события национальным языковым сознанием регионального читателя.

**Апробация.** Основные положения диссертации и результаты работы представлены в докладах на международных, всероссийских, региональных научных и научно-практических конференциях в Якутске (2007, 2008, 2010), Барнауле (2009), Москве (2009, 2011), Тюмени (2010), Омске (2010), Волгограде (2011), Красноярске (2011), Чите (2011), в том числе: межрегиональный семинар-совещание «Роль и значение региона в формировании имиджа России», Якутск, 15 мая 2007 г.; IV международная конференция «Язык, культура, общество» (Москва, 27-30 сентября 2007 г.); Вторая Международная научно-практическая конференция «Коммуникативистика в современном мире: регулятивная природа коммуникации (Барнаул, 14-18 апреля 2009 г.); Международная научно-практическая конференция «Имидж региона как способ социальной адаптации населения» (Якутск, 2010 г.); Международная научно-практическая конференция «Современная лингвистическая ситуация в международном пространстве» (Тюмень, 11-12 марта 2010 г.); I Международная научно-практическая конференция «Медиадискурс и проблемы медиаобразования» (Омск, 27-29 сентября 2010 г.); II Всероссийская научно-практическая междисциплинарная интернет-конференция «Язык и межкультурная коммуникация: современное состояние и перспективы», 25-30 апреля 2010 г. (URL: <http://ysu.ru/content/div/1125/INTERNET-KONFERENCIA%20-%202010.htm>); III Всероссийская научно-практическая междисциплинарная интернет-конференция «Язык и межкультурная коммуникация: современное состояние и перспективы», 25-30 апреля 2011 г. (URL: <http://svfu.ru/content/div/1125/INTERNET-KONF-2011.htm>); I Международная научно-практическая конференция «Новое в современной филологии» (Москва, 27 апреля 2011 г.); Всероссийская научно-практическая конференция «Язык и социальная динамика» (Красноярск, 21 мая 2011 г.). Результаты исследования обсуждены на кафедре современного русско-

го языка и речевой коммуникации Алтайского государственного университета (ноябрь 2011 г.).

По теме исследования опубликовано 9 работ общим объемом 3,8 п.л., в том числе 3 статьи в журналах, включенных в «Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий...», рекомендованных ВАК.

**Структура работы** определяется спецификой поставленных задач, характером объекта и предмета изучения. Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы (151 источник), списка словарей (7), списка текстов, списка сокращений и приложений.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность выполненного исследования, подчеркивается его научная новизна, формулируется основная цель, определяются задачи, объект и предмет исследования, описываются материал и методы исследования, структура, содержание и апробация работы, излагаются положения, выносимые на защиту, раскрывается теоретическая и практическая значимость работы.

В первой главе **«Язык региональных газетно-публицистических текстов: стилеобразующие факторы (на материале газет Республики Саха)»** рассматриваются теоретические понятия, используемые в работе, и формулируются основные положения в рамках комплексного функционально-дискурсивного подхода, в частности, рассматривается специфика газетно-публицистического текста, определяются его особенности, функции, рассматриваются способы реализации стилеобразующих факторов в сфере общественно-политических отношений.

В **первом параграфе** дается характеристика стилеобразующих факторов, формирующих публицистический стиль, и стилеобразующих признаков, реализующихся в современных газетно-публицистических текстах.

При функциональном подходе стилеобразующими факторами (М.Н. Кожина, О.А. Крылова, Т.В. Чернышова и др.) для газетно-публицистического стиля являются: политико-идеологическая сфера общественной деятельности; жанровое своеобразие (публицистические статьи на социально-политические темы в печатных средствах массовой информации, ораторские выступления на митингах, в парламенте и т.п., теле- и радиобеседы на политические и социальные темы и др.); письменная и устная формы речи, к которым в последнее время добав-

ляют электронную; функциональная двуединость (выполнение информационной и воздействующей функций); императивный характер взаимодействия между автором и адресатом; социальная оценочность; сочетание эмоционально-экспрессивного характера и стандарта как особенность языка газетно-публицистического стиля.

Число факторов, влияющих на формирование стиля массовых коммуникаций, носит открытый характер. К указанным выше исследователи (А.С. Сычев, Т.В. Чернышова) добавляют следующие: автор и адресат, характер их взаимодействия через публицистический текст; событийный характер текста; речевая интенция, с которой связан многофункциональный характер взаимодействия через СМИ, реализуемый за счет информирующей, воздействующей, интерпретирующей и фатической функций. Кроме того, внешними, т.е. находящимися за пределами взаимодействия автора и адресата, факторами становятся ментально-языковое пространство, информационное пространство, социально-политический контекст (Т.В. Чернышова). Стилеобразующие факторы, определяющие условия функционирования языка с учетом ситуации общения и в целом всего социокультурного контекста, носят экстралингвистический характер.

С позиций дискурсивного подхода изучение лингвистических особенностей функционирования языка средств массовой информации осуществляется на фоне широкого социокультурного контекста. Так, в качестве категорий дискурса рассматриваются: участники общения, условия общения, организация общения, способы общения (В.И. Карасик, т.е., по сути, те же, что выступают как экстралингвистические факторы. Таким образом, stileобразующие факторы, предлагаемые функциональной стилистикой, и категории дискурса, разработанные в русле коммуникативно-дискурсивного подхода, при характеристике газетно-публицистического стиля во многом пересекаются.

Во **втором параграфе** речь идет о реализации stileобразующего **фактора оценочности** в текстах региональной прессы. Оценочность носит социальный характер (Н.И. Клушина, Г.Я. Солганик) и проявляется в результате использования средств имплицитной и эксплицитной оценки (Н.И. Клушина). По результатам анализа якутских медиатекстов, социальная оценочность присуща прежде всего газетно-публицистическим текстам, посвященным событиям, получившим широкую огласку в обществе, в частности, разоблачениям финансовых махинаций высокопоставленных должностных лиц. Имплицитная оценка представлена использованием метафор и оценочных номинаций (*«верхушка прогнила»*, *«ему тоже светит тюрьма»*, *«зажравшийся»*, *«хануза»* и др.). В качестве средств эксплицитной оценки используются

контекст и квазисинонимическая ситуация («Слишком уж все запущено в доме по пр. Ленина, 15 – и только это остается думать»; «Прокуратура загадочно молчит, гражданин Эверстов находится на свободе, «дело мэриш» идет своим чередом, а наши с вами денежки в виде 2,5 миллионов давно уплыли в чей-то карман»). Имплицитные и эксплицитные оценки в текстах носят, как правило, негативный характер.

В третьем параграфе описывается реализация стилеобразующего фактора экспрессивности в региональных газетно-публицистических текстах. Экспрессивность представлена в газетной публицистике разговорной, жаргонной и просторечной лексикой. Использование сниженных лексических элементов характерно для материалов на криминальные темы, сатирических публикаций (кляла на это заклинание конкретно и с довеском, взять за цугундер, пошло, как до Луны раком и др.), жаргонная лексика в текстах молодежной тематики представлена элементами молодежного сленга (раздолбайский имидж своего в доску чувака, просто супер отожгли, стопудово, протусовал, офигел, жжот и др.), что свидетельствует о непосредственном воздействии коммуникативных стереотипов различных субкультур на язык газетной прессы, о трансформации языка газетной прессы.

В четвертом параграфе рассматривается стилеобразующий фактор этничности, создающий своеобразие языка газетных средств массовой информации Республики Саха (Якутия) через использование в текстах русскоязычных газет лексики якутского языка. Национальная лексика дается в якутском варианте, так как слова якутского языка не имеют эквивалентов в русском языке, к ним дается перевод и пояснение на русском языке. Выявленные лексемы составляют тематические группы: 1) слова, связанные с верованиями народа саха (шаман, Танха, Айыы, алгыс и др.); 2) названия продуктов питания и блюд (кумыс, сорат, быппах и др.); 3) наименование утвари и посуды (чорон, симиир, кытыйа и др.); 4) слова, обозначающие одежду и украшения (дьабака, халадаай, торбасы и др.); 5) названия предметов быта и жилья (ураса, алаас и др.); 6) слова, связанные с культурой и искусством народа саха (ысыах, олонхо, сэргэ, осуохай и др.). Использование якутской лексики придает специфический национальный колорит газетно-публицистическому тексту и своеобразие его концептуальной структуры, создает внутренний осязаемый образ региона.

В пятом параграфе в п. 1.5.1. дается описание теоретических понятий «событие», «факт», «реальный факт», «виртуальный факт», «вербальный факт», «факт-событие», «контекст». В п. 1.5.2. на примере медиатекстов, в которых используется национальная якутская лексика (например, в статьях «На гостеприимной земле Олонхо» (респуб-



ликанский еженедельник «Якутия»), «Строганина удалась на славу!» (городская газета «Эхо столицы»), «Ысыах – праздник семейный или культовый?» («Эхо столицы»), «Тайна рождения чорона» (общественно-политический еженедельник «Наше время»), «Сюлпюкюны и лошадиные беседы: древние якутские гадания» («Наше время»), «Ураса, юрта и балаган – жилища предков» («Якутия»), «Во что верили предки саха» (еженедельник «Молодежь Якутии»), «Хомус – инструмент мира» (газета «Якутск вечерний»), «Светлый праздник Ысыах в долине Туймада» («Эхо столицы») и др.), с опорой на понятие «событийный концепт» (Т.В. Чернышова) как единицу, организующую и задающую характер интерпретации текста через систему ключевых слов, событие и ассоциативно-вербальную сеть, проведен смысловой анализ с целью определения параметров понятия событийности в газетном тексте. В результате сделан вывод о том, что ключевые слова текста выстраиваются в определенные вербально-ассоциативные сети, которые отвечают приоритетным концептам (*языческая религия, якутская национальная еда, якутская посуда, национальная одежда, шаманский бубен, якутский фольклор*), соотносимым с концептами национальной якутской культуры, и базовым событийным концептом «национально значимое событие – праздник ысыах». Концептуальная и смысловая структура текстов национальной тематики организована на основе базового концепта и выстроенных вокруг него ключевых слов как приоритетных концептов. В процессе концептуального освоения события авторы газетно-публицистических текстов переводят его в вербальный факт: *Якутия – неизведанная, интересная, праздничная, вкусная, красивая*. Данная организация текста укладывается в авторские концептуальные установки – привлечь внимание читателей к региону, его самобытной национальной культуре.

В **шестом параграфе** описана модель языка газетных текстов Республики Саха в соответствии с присущими им стилеобразующими признаками. Для языка газет характерны эмоциональность и экспрессивность в сочетании с нейтральной и газетно-публицистической лексикой, стилистическая окрашенность языковых средств, причем, в большей степени этот признак касается республиканских СМИ (в отличие от районных); особая социальная оценочность; этничность; выраженность авторского начала, адресная направленность текстов.

Во второй главе «Газетно-публицистические тексты: репрезентация события с учетом региональной специфики» в результате комплексного анализа газетно-публицистических текстов, обладающих единством смысловой и концептуальной структуры (посвященных выходу в свет якутского фильма о Чингисхане), выявлены способы и



средства репрезентации события с учетом региональной специфики функционирования языка.

В параграфе 1 на основе интерпретационного анализа газетных текстов представлены результаты первого этапа комплексного анализа газетных текстов, посвященных одному событию – выходу на экраны фильма «Тайна Чингис Хаана». Для типологизации текстов разноориентированных изданий была использована классификация, имеющая место в исследованиях по межкультурной коммуникации, в которых результат взаимодействия между представителями различных культур оценивают с помощью дискурсивных факторов «свой», «чужой» и «другой» (Л.И. Гришаева, Л.В. Цурикова). В данном исследовании под «своими» понимаются издания, вышедшие в Республике Саха – газеты «Якутия», «Наше время», «Якутск вечерний», «Эхо столицы», «Молодежь Якутии»; под «другими» – издания других национальных республик: Татарстана, Башкирии, Калмыкии и др. – газеты «Башкирские известия», «Вечерняя Уфа», «Республика Башкортостан», «Аргументы и факты – Башкортостан», «Известия Татарстана», «Молодежь Татарстана», «Республика Татарстан», «Современная Калмыкия», «Известия Калмыкии», «Молодежь Бурятии», под «чужими» – федеральные издания: «Известия», «Российская газета», «Комсомольская правда», «Новая газета».

Интерпретационному анализу подверглись отдельные тексты разноориентированных изданий: статья «Сходил на днях на фильм "Тайна Чингис Хаана"» («Эхо столицы» №19 (1728) от 13 марта 2009 г.), статья «Тайна Чингис Хаана» была открыта в Казани» («Известия Татарстана» №10 (372) от 13-19 марта 2009 г.), статья «Великий Монгол надоел» («Новая газета» № 25 (1439), 13 марта 2009 г.). Установлено, что в «своих» и «других» изданиях основная мысль текстов, вытекающая из анализа смысловых связей между событийным концептом и организованными вокруг него ключевыми словами, следующая: фильм о Чингисхане – *наш фильм (азиатский фильм, якутский колорит, наши актеры, азиатская природа, главный герой)*. В текстах «чужих» изданий концептуальное наполнение базового событийного концепта «фильм» отражено через ключевые понятия: *Чингисхан надоел, заказной фильм, Чингисхан не великий, идейный фильм не получился*. Основная мысль, вытекающая из анализа смысловых связей между ключевыми словами: фильм о Чингисхане – **не наш фильм** (рисунк).

Таким образом, разное отражение одного события в текстах региональных и федеральных изданий, ориентированных на своего читателя, обусловлено концептуальной установкой авторов статей и учетом фактора адресата, на которого были рассчитаны данные публикации.



*Схема факта-события, представленного в текстах  
разноориентированных СМИ*

Во **втором параграфе** на основе смыслового анализа разноориентированных текстов, посвященных одному событию, представлены результаты второго этапа комплексного анализа газетных текстов.

Сопоставление ассоциируемых с событийным концептом «фильм о Чингисхане» понятий, являющихся, по результатам интерпретационного анализа, ключевыми словами текстов (*фильм, главный герой (Чингисхан), природа, колорит фильма, актеры, режиссер, дубляж, зрительская аудитория*), позволило выстроить общую схему описываемого факта-события как стереотипную модель, с помощью которой в текстах вербализуется событие, определяется его концептуальная организация, способы и средства его репрезентации. В текстах, ориентированных на разного адресата, используются «свои» стереотипы сознания, включающиеся в процессе интерпретации в круг привычных ассоциаций разных получателей информации. Фрагмент анализа текста газетной статьи (левая колонка) и мнений читателей по поводу ее содержания – зрителей: пенсионерки, таксиста, просто, известной в республике журналистки и др. (правая колонка) – представлены в нижеследующей таблице на примере двух ключевых слов: «фильм» и «главный герой».

Ключевые слова	Статья «своего» издания «Сходил на днях на фильм "Тайна Чингис Хаана"» («Эхо столицы» №19 (1728) от 13 марта 2009 г.)	Комментарии читателей по поводу данной статьи («Эхо столицы» №19 (1728) от 13 марта 2009 г.)
Фильм	<i>... «наш фильм»; после лубочных поделок вроде советских сказок о татаро-монгольских ордах (чудище поганое!) и голливудских страшилок об огромных и звероподобных монголах это как бальзам на душу; генетическая память о предках в игре актёров; слова «олонхо» (якутский эпос), «уруй» (слава по-якутски), «осуохай» (народный якутский танец) в исполнении Чингис Хаана; сюжеты олонхо говорят о глубокой древности сказания; олонхо создавалось не на территории Якутии; мы, народ саха, тюрки с самым таинственным прошлым...</i>	<i>... этот фильм азиатский; якутский фильм стал известен на мировой арене; фильм удался; якутская лента не ударила в грязь лицом и вышла во всероссийский прокат; это свершилось</i>
Главный герой	<i>... наш Чингис Хаан – ... он ниспровергатель косных обычаев, законодатель-реформатор, решивший объединить разрозненные племена под единым флагом и законом; избранный небесами вождь; государственный муж, жестокий диктатор, великий полководец...</i>	<i>... исполнитель роли Чингис Хаана... естественно выглядит в образе человека сильного духом и великого на подвиги</i>

Статья «чужого» издания («Новая газета» №25 (1439), 13 марта 2009 г.) носит заголовок «Великий Монгол надоел», который определённым образом отражает концептуальный замысел автора текста. Описываемое событие – выход якутского фильма о Чингисхане; концептуальная установка выстраивается на ключевых словах: *великий Монгол надоел*; очередная «Тайна Чингис Хаана»; мы уже видели немецкого и японского «Чингисханов» и «Монгола» Сергея Бодрова;

*фильм снят на деньги Правительства Республики Саха (Якутия) и якутской алмазной компании; изумляет масштаб содеянного и затраченные на это усилия и средства – фильм стоил 10 миллионов долларов; Чингисхан за словом в карман не лезет; зрителю ничего понять не удастся; в чём заключалась его тайна?*

Выявленные ключевые слова дают возможность установить замысел автора, воплощённый в ассоциативно-вербальной сети текста: Чингисхан как носитель национальных идей не нужен, «надоел», он обычный человек, фильм о нем – это заказ отдельной национальной республики, этот идеологический проект не удался. Основная мысль текста, вытекающая из анализа смысловых связей между ключевыми словами, – **фильм о Чингисхане не наш фильм.**

В третьем параграфе представлены результаты третьего этапа комплексного анализа газетных текстов, выполненного на основе лингвостилистического анализа публикаций с учетом выделенных в процессе интерпретационного и смыслового анализов ассоциатов и стилистически окрашенных языковых единиц, ассоциированных с событийным концептом «выход фильма о Чингисхане». Тексты «своих» и «других» изданий («Якутск вечерний», «Молодежь Якутии» и др., «Башкирские известия», «Вечерняя Уфа», «Молодежь Татарстана», «Республика Татарстан», «Современная Калмыкия», «Молодежь Бурятии и др.»,) по своим положительным эмоциональным характеристикам и набору экспрессивных лексических единиц (создающим повышенный эмоциональный тон текстов) во многом совпадают, что подтверждает выделение ключевого понятия «**наш фильм**»: *завораживающие ландшафтные съемки; звуки национальной музыки и пронзающего небо и землю монгольского горлового пения, от которого мурашки бегут по коже; понимание общих истоков нашей культур; общее духовное тюркское начало; гигантское полотно, которое состоит из тысяч фрагментов, порой шедевральных; избранный небесами вождь; азиатские фильмы – особенные и др.*

Эмоциональный тон текстов «чужих» изданий предстает как негативный. Экспрессия выражена с помощью оценочных средств негативной окраски: *плохой фильм; смотрится довольно тяжело; многим может вовсе не понравиться; изумляет масштаб содеянного; Чингисхан тоже за словом в карман не лезет; собственно говоря, в чем заключалась его тайна и др.*

Таким образом, лингвостилистический анализ газетно-публицистических текстов разноориентированных изданий позволил обнаружить различия как в отборе языковых единиц, предназначенных для передачи информации «своему» читателю, так и в их стилистической

окраске, позволяющей авторам моделировать в тексте особую стилистическую тональность, соответствующую не только интеллектуальным, но и эмоциональным потребностям читателя.

В четвертом параграфе описан фрагмент языкового сознания читателя, реконструированный на основе анкетирования, в частности определено, что 1) в сознании жителей Республики Саха (Якутия) присутствует образ Чингисхана как исторического героя, воина-завоевателя, предводителя монголов, покорявшего новые земли войнами (опрашиваемые приводили такие ассоциации: *завоеватель, воин, война, правитель, сильная личность, власть, лидер, великий человек своего времени, основатель Монгольской империи* и др.); 2) об этом герое якутским режиссером снят фильм, который большинство опрошенных не смотрели, но при этом относятся к фильму нейтрально и считают, что выход фильма сказался на имидже Республики Саха (Якутия) скорее положительно, чем отрицательно (из 100 респондентов относятся к фильму позитивно - 18,3%, нейтрально - 52,5%, негативно - 5,0%, затруднились ответить - 24,1%; считают, что выход фильма отразился на имидже республики положительно - 10,0%, скорее положительно - 30,0%, нейтрально - 25,8%, скорее отрицательно - 11,6%, отрицательно - 33,3%, затруднились ответить - 19,1%); 3) данное событие респонденты характеризуют как национальный идеологический проект и считают, что фильм «Тайна Чингис Хаана» - это «наш фильм» (*попытка национального идеологического проекта* - 53,3%, *грандиозный национальный проект* - 10,0%, *наш фильм* - 35,8%, *не наш фильм* - 19,1%).

На основе полученных в ходе анализа результатов можно утверждать, что воздействие в газетных текстах «своих» изданий носит кооперативно-актуализаторский характер, так как векторы ассоциаций автора и читателей совпадают, авторские концептуальные установки находят свое отражение в интерпретации и осмыслении адресатом газетно-публицистического текста. По мнению респондентов, главная мысль данного текста такова: *фильм удался на славу, фильм получился, его стоит посмотреть, фильм-то действительно азиатский.*

Воздействие на общественное сознание, представленное в текстах «чужих» изданий, оценивается как некооперативное, т.к. концептуальный замысел авторов текстов не нашел отклика в сознании читателей - участников анкетирования, имеющих свое представление о фильме: *в статье пренебрежительное отношение к нашей нации; мне стало обидно за наше кино; фильм не показал ничего нового и интересного.*

В пятом параграфе представлена с учетом национальной специфики реконструированная на основе региональных газетных текстов

событийная модель как модель описания совокупности представленных в них фактов (реального, вербального и виртуального) через событийный концепт, актуализирующийся в сознании адресата-интерпретатора в процессе концептуального освоения факта-события, получившего в тексте статус вербального факта (Т.В. Чернышова). В данной модели схематично представлена совокупность контекстов, влияющих на интерпретацию события в процессе его трансформации в вербальный факт

Проведенный анализ позволил выявить в событийной модели еще один контекст, во многом определяющий интерпретацию факта-события в текстах массовой информации национально-региональных изданий – **национально-культурный контекст**, что свидетельствует о динамическом характере структуры событийной модели и возможности ее дальнейшего изучения. Таким образом, национально значимое событие (в данном случае им является выход в свет фильма о Чингисхане), вербализуясь, выстраивается с учетом трех экстралингвистических составляющих, к которым относятся *социально-политический и национально-культурный контексты*, развертывающиеся на фоне особой *ментально-языковой ситуации*, характерной для национальных регионов России, в которой сосуществуют и взаимодействуют два или несколько языков – в данном случае русский и якутский. Согласно этой модели, в текстах региональных газетных изданий коммуникативно-речевая ситуация определяется такими экстралингвистическими факторами, как текст, автор текста, конструирующий текст с учетом «своего» адресата, адресат, интерпретирующий вербализованный автором факт (событие), ментально-языковой контекст, социально-политический контекст и национально-культурный контекст, выступающий как приоритетный при репрезентации национально значимого события.

В **заключении** сформулирован основной результат исследования – выявлены средства и способы репрезентации события в газетных текстах и определены стилеобразующие факторы репрезентации события на материале газетных текстов Республики Саха (Якутия).

Функционально-стилистический подход к изучению газетно-публицистических текстов позволил определить основные стилеобразующие факторы, реализуемые в данном виде медиатекстов. Фактор **оценочности** представлен в текстах как социальная оценочность, которая выражается через использование оценочной лексики. Журналист как автор публицистического текста в региональной периодической печати выражает свою позицию о репрезентируемом событии открыто и однозначно, используя при этом средства имплицитной и эксплицитной

оценки, а также стилистически сниженные лексические и фразеологические средства номинативной оценки.

Стилеобразующий фактор **экспрессивности** в текстах региональной прессы реализуется через использование стилистически окрашенных средств сниженного характера (просторечной, жаргонной лексики). Сниженный характер экспрессивных средств обусловлен адресной направленностью текстов: просторечная лексика и жаргонизмы выявлены в текстах определенной тематики - на криминальные, молодежные темы. Тематически обусловлено и употребление в текстах региональной прессы национальной лексики, что выдвигает на первый план такое явление, как сосуществование в едином ментально-языковом пространстве двух языков (в текстах якутских изданий – русского и якутского) с преобладанием русской лексики и фразеологии в текстах, отражающих национально значимые события. Это свидетельствует о реализации в газетных текстах такого стилеобразующего фактора, как **этничность**.

В результате комплексного анализа текстов, обладающих единством смысловой и концептуальной структуры (посвященных выходу в свет якутского фильма «Тайна Чингис Хаана»), в рамках которого используются приемы интерпретационного, смыслового и лингвистического анализа, был сделан вывод о том, что **стилеобразующий фактор событийности** в текстах якутских печатных изданий, ориентированных на «своего» читателя, реализуется (в плане содержания) через событийный концепт (выход фильма) и организующиеся вокруг него ключевые слова (герой /Чингисхан, азиатская природа, азиатские актеры, вера), выводящие адресата на ключевое понятие «наш фильм», и (в плане выражения) через употребление экспрессивной лексики с положительной оценкой и в целом положительную стилистическую тональность текстов.

В текстах разноориентированных изданий репрезентация события имеет как сходства, так и различия в силу того, что они ориентируются на различные стереотипы сознания, являющиеся «своими» для конкретного адресата. Сходство заключается в том, что все издания представляют выход фильма «Тайна Чингис Хаана» как национально значимое событие, позиционируют фильм как азиатский. Различным оказалось ключевое понятие «азиатский фильм», которое было заложено в концептуальную структуру текста: для «своих» и «других» изданий «азиатский фильм» - это «наш фильм», для «чужих» изданий «азиатский фильм» - «не наш фильм». Различия имеются и в отборе языковых единиц, предназначенных для передачи информации «своему» читателю, и их стилистической окраске. Тексты «своих» и «других»

изданий по эмоциональным характеристикам и набору экспрессивных лексических единиц во многом совпадают, что подтверждает ключевое понятие «наш фильм». В текстах «чужих» изданий используются лексические единицы с негативной оценкой, им присуща общая негативная и ироничная тональность, что подтверждает выделение ключевого понятия «не наш фильм».

Данные опроса и лингвистических экспериментов позволили обобщить фрагменты рефлексий языкового сознания адресата регионально-газетного текста и верифицировать результаты комплексного анализа. Результаты подтвердили, что одним из ведущих факторов, обуславливающих функционирование региональных газетных текстов, является **национально-культурный контекст**, который представлен в газетно-публицистических текстах системой ключевых слов, ассоциированных с приоритетными концептами национальной якутской культуры. Взаимодействуя с социально-политическим контекстом, национально-культурный контекст организует ментально-языковую ситуацию, характерную для функционирования медиатекстов в национальных регионах.

**По теме диссертации опубликованы следующие работы**  
**Публикации в ведущих рецензируемых**  
**научных журналах и изданиях, рекомендованных**  
**Высшей аттестационной комиссией**

1. Печетова, Н.Ю. Интерпретация событийного концепта в медиатексте // Вестник Якутского государственного университета : научный журнал. Якутск : Издательство ЯГУ, 2010. Т. 7. № 2 (апрель – июнь). С. 144–149.

2. Печетова, Н.Ю. Концептуальная организация публицистического текста (на материале одного события) // Филология и человек. 2011. № 1. С. 129–139.

3. Печетова, Н.Ю. Экспрессивность в медиатексте // Вестник Северо-Восточного федерального университета : научный журнал. Якутск : издательство СВФУ, 2011. Т. 8. № 1 (январь – март). С. 143–146.

**Публикации в прочих изданиях**

4. Печетова, Н.Ю. О роли языковых средств печатных СМИ в формировании имиджа региона / Печетова Н.Ю., Шумилова А.П. // Роль и значение региона в формировании социально-экономического имиджа России : материалы межрегион. семинара-совещания. Якутск : Изд-во ЯГУ, 2007. С. 158–165.



5. Печетова, Н.Ю. Функции заголовка как коммуникативной единицы газетного текста // Лингвистический сборник / Под ред. Г.А. Мординовой, Н.Ю. Печетовой. Якутск : Изд-во ЯГУ, 2008. Выпуск 3. С. 29–32.

6. Печетова, Н.Ю. Язык газетных текстов как показатель профессиональной подготовки журналиста / Печетова Н.Ю., Суханова А.И. // Журналистика в 2008 году: общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ. Сб. материалов Всероссийской научно-исследовательской конференции. М.: Изд-во МГУ им. М.В Ломоносова, 2009. С. 419–420.

7. Печетова, Н.Ю. Оценочность как средство речевого воздействия в печатных СМИ // Современные проблемы лингвистики и лингводидактики: концепции и перспективы: материалы Междунар. заоч. науч.-метод. конф., г. Волгоград, 15 апр. 2011 г.: в 3 ч. / редкол.: О.В. Атьман (отв.ред.), О.А. Малетина (отв.ред.) и др.; оргком.: О.В. Иншаков (пред.) и др. Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2011. Ч.2. С. 91–95.

8. Печетова, Н.Ю. Словесный образ региона в СМИ // Медиадискурс и проблемы медиаобразования: материалы I Международной научно-практической конференции (Омск, 27-29 сентября 2010 г.) / отв. ред. Н.А. Кузьмина. Омск : ООО «Полиграфический центр «Татьяна», 2011. С. 238–242.

9. Печетова, Н.Ю. Формирование имиджа региона: роль региональных печатных СМИ // Языковая картина мира и творческая личность в условиях трансграничья: материалы Международной научно-практической конференции. Чита, 24-25 мая 2011 года / Ред.-сост. И. В. Ерофеева. Чита : изд-во ЗабГГПУ, 2011. С. 237–242.

Подписано к печати 22.02.2012 г.  
Формат 60х84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Физ. л. 1,37. Тираж 120. Заказ №70.

**Отпечатано в ООО «Издательство Сфера»**  
677013 г. Якутск, тел./факс 366-199



102